

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Studi mengkaji pengaruh *food quality*, *service quality*, *physical environment* dan *other customers* terhadap *customers satisfaction* pada Rumah Makan Lamun Ombak. Dalam penelitian ini menganalisis data primer yang diperoleh langsung melalui pendistribusian kuesioner dengan bantuan Google Form. Responden dalam studi ini terdiri dari 128 konsumen yang berdomisili di luar Sumatera Barat dan pernah melakukan pembelian secara *dine in* atau makan di tempat di Rumah Makan Lamun Ombak. Korelasi antara variabel-variabel dalam penelitian diukur dan diuji menggunakan *software* SPSS 24. Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan untuk menjawab rumusan masalah, hasil atau temuan penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel *food quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customers satisfaction*. Hal ini menunjukkan serta memberikan bukti bahwa *food quality* atau kualitas makanan yang disajikan dengan baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Variabel *service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customers satisfaction*. Hal ini memberikan bukti serta menunjukkan bahwa *service quality* atau kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik akan dapat meningkatkan *customers satisfaction*.

3. Variabel *physical environment* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customers satisfaction*. Artinya, terlepas dari tinggi atau rendahnya *physical environment*, hal tersebut tidak mempengaruhi *customers satisfaction* yang berada di Rumah Makan Lamun Ombak.
4. Variabel *other customers* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customers satisfaction*. Hal ini memberikan bukti serta menunjukkan bahwa *other customers* atau interaksi pelanggan lain yang diberikan dengan baik akan dapat meningkatkan *customers satisfaction* konsumen berada di Rumah Makan Lamun Ombak.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian yang telah diperoleh memiliki manfaat yang dapat digunakan oleh berbagai pihak restoran etnik minangkabau, khususnya Rumah Makan Lamun Ombak. Temuan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bagi Lamun Ombak dalam merumuskan strategi pemasaran untuk bisnis mereka di masa depan.

Hasil dari studi ini menyampaikan bahwa *food quality* berpengaruh terhadap *customers satisfaction* Lamun Ombak. Konsumen Lamun Ombak merasakan kepuasan saat makan disana karena rasa makanan yang enak. Namun konsumen berpandangan makanan yang disediakan Lamun Ombak kurang bergizi dikarenakan item pernyataan ini dengan nilai terendah. Sehingga hal yang perlu diperhatikan adalah menyediakan hidangan dengan yang tidak terlalu tinggi lemak karena akan menyebabkan tidak sehat. Sehingga dapat diperhatikan porsi dan

variasi makanan yang disediakan akan memiliki gizi yang seimbang seperti sayuran dan lauk pauk yang beragam.

Variabel *service quality* berpengaruh positif dan signifikan dalam penelitian ini. Sebagian besar responden merasakan kenyamanan saat bertransaksi dengan karyawan di Rumah Makan Lamun Ombak. Hal ini dikarenakan, Lamun Ombak menyediakan berbagai metode pembayaran bisa tunai ataupun non tunai. Oleh karena itu, hal ini harus dipertahankan dan ditingkatkan lebih baik lagi. Namun, Lamun Ombak perlu meningkatkan keterampilan karyawannya dengan melayani konsumen dengan cepat. Hal ini ditunjukkan dari rata-rata skor terendah yaitu di pernyataan Rumah Makan Lamun Ombak Kota Padang memberikan pelayanan yang cepat. Sehingga hal tersebut harus menjadi evaluasi bagi Lamun Ombak untuk meningkatkan keterampilan karyawan dengan melayani karyawan dengan cepat sehingga konsumen akan merasa puas saat berada disana.

Hasil penelitian selanjutnya yaitu ditemukan bahwa *physical environment* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customers satisfaction* konsumen Lamun Ombak yang berdomisili di luar Sumatera Barat. Sehingga terlepas dari kondisi lingkungan fisik di Rumah Lamun Ombak yang ditingkatkan, hal tersebut tidak mempengaruhi kepuasan mereka saat berada disana. Rumah Makan Lamun Ombak perlu memperhatikan secara serius hal ini agar dapat membuat konsumen merasakan kepuasan terhadap *physical environment* yang diciptakan. Hal ini dapat diperhatikan dari pernyataan yang memiliki rata-rata skor terendah yaitu Rumah Makan Lamun Ombak memiliki desain interior yang menarik. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian responden penelitian yang berdomisili di luar

Sumatera Barat ini tidak merasakan desain interior yang menarik di Lamun Ombak sehingga tidak mampu mempengaruhi kepuasan mereka secara signifikan. Oleh karena itu, Lamun Ombak sebaiknya menciptakan desain interior yang lebih menarik lagi seperti menambahkan dan menampilkan unsur-unsur tradisional Minangkabau dalam desain interior seperti ornament, motif dan perabotan yang khas. Serta menggunakan dekorasi yang mencerminkan kekayaan budaya Minangkabau, seperti seni ukir, kain songket dan memberikan sentuhan tradisional yang menarik dan memperkaya pengalaman wisatawan ketika menikmati hidangan di Rumah Makan Lamun Ombak.

Temuan selanjutnya yakni ditemukan bahwa *other customers* berpengaruh positif dan signifikan dalam penelitian ini. Sebagian responden dalam penelitian yang berdomisili di luar Sumatera Barat menyatakan penampilan pelanggan lain yang ada di Rumah Makan Lamun Ombak terlihat menarik. Hal tersebut mengindikasikan bahwa konsumen yang berada disana merasakan kepuasan ketika melihat pelanggan lain yang menikmati layanan yang sama serta berada di lingkungan yang sama terlihat berpenampilan menarik. Namun sebagian responden yang dominan mengisi kuesioner berusia 23-28 tahun merasakan usia rata-rata pelanggan di Lamun Ombak masih kurang sesuai seperti yang mereka harapkan karena di pernyataan ini memiliki skor rata-rata terendah. Hal ini mengindikasikan kelompok usia 23-28 ada preferensi atau kebiasaan makan di kalangan kelompok usia tersebut. Sehingga Lamun Ombak diharapkan dapat melakukan analisis pasar dan menyesuaikan strategi pemasaran lebih luas lagi untuk menjangkau konsumen dikalangan kelompok usia tertentu. Kemudian juga

dapat menambahkan fasilitas tambahan yang menarik bagi kelompok usia tertentu seperti area bermain anak, ruang *instagramable* untuk usia muda atau ruang santai yang nyaman bagi usia lanjut. Sehingga hal ini dapat meningkatkan daya tarik pengalaman konsumen yang menikmati hidangan di Rumah Makan Lamun Ombak bagi kelompok usia yang ingin menghabiskan waktu bersama keluarga atau teman sebaya dan meningkatkan kepuasan mereka.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Sebuah studi atau penelitian tidak terlepas dari keterbatasan dan ketidaksempurnaan yang bersumber dari berbagai aspek atau bagian dalam penelitian, tidak terkecuali penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti berharap agar semua keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dapat dipertimbangkan oleh peneliti di masa depan, sehingga menghasilkan temuan yang lebih baik. Berikut beberapa keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh langsung variabel *food quality*, *service quality*, *other customers* terhadap *customers satisfaction*, tanpa mempertimbangkan variabel *intervening* atau moderasi untuk melihat pengaruhnya secara lebih mendalam.
2. Penelitian ini masih fokus pada tahap kepuasan konsumen. Meskipun konsumen menunjukkan kepuasan mereka, penelitian ini belum mengungkap bagaimana loyalitas konsumen atau niat berkunjung kembali dari konsumen tersebut di masa depan.

3. Jumlah sampel pada penelitian ini terbatas hanya pada 128 responden, sehingga masih mungkin belum mewakili konsumen Rumah Makan Lamun Ombak yang berdomisili di luar Sumatera Barat secara keseluruhan.

5.4 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang telah diuraikan, peneliti menyampaikan beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan untuk penelitian di masa depan sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan penelitian lebih lanjut untuk menggunakan variabel lain untuk mengukur *customers satisfaction* di restoran misalnya variabel independen *perceived price*, *authenticity*, *word of mouth* serta variabel intervening atau moderasi seperti *brand image* dan lainnya.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti lebih dalam tidak hanya sebatas kepuasan konsumen melainkan ke tahap loyalitas atau bahkan niat berkunjung kembali ke restoran.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan objek penelitian yang berbeda selain restoran etnik minangkabau seperti, restoran fast food, restoran fine dining, food truck atau coffeeshop.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan adanya peningkatan dalam menetapkan ukuran sampel yang lebih besar agar data yang didapat mampu mewakili berbagai karakter responden.

5. Saran bagi manajemen rumah makan Minangkabau khususnya Rumah Makan Lamun Ombak di Kota Padang, untuk terus memperhatikan kualitas makanan serta pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dengan baik. Menggunakan bahan rempah rempah yang berkualitas dan melayani pelanggan dengan cepat. Karena hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga bisnis dapat berkembang lebih baik.
6. Saran bagi stakeholder rumah makan Minangkabau khusus Rumah Makan Lamun Ombak di Kota Padang. Pemerintah dapat menyelenggarakan program pelatihan khusus untuk pemilik dan karyawan rumah makan. Pelatihan ini meliputi keterampilan dalam memberikan pelayanan yang ramah, cepat dan menjaga kebersihan. Selain itu sertifikasi juga harus diberikan kepada rumah makan yang memenuhi standar tertentu, sehingga pengunjung dapat yakin bahwa mereka sedang makan di tempat yang berkualitas.

